



## Drenkwaasser zu Lëtzebuerg

D'automne 2006 au printemps 2007 TNS ILRES a réalisé sur mandat de l'Aluseau une analyse approfondie de l'image de l'eau de robinet et de son utilisation par la population. Durant une première phase ont été menés 6 groupes de discussion en octobre 2006 à travers tout le pays pour parler à chaque fois avec une douzaine de personnes sur leur perception de l'eau ; ensuite a été effectué un sondage téléphonique de 1000 interviews en février mars 2007 représentatif de la population du Luxembourg à partir de 15 ans.

### Voici les principaux résultats :

Tout d'abord l'eau est associée à la vie, elle est indispensable et essentielle; sans eau, pas de vie ; c'est donc une ressource précieuse dont il faut prendre soin, il faut la protéger contre les multiples sources de pollution et être conscient qu'elle constitue un enjeu politique de taille, source de conflits, voire de guerre.

Fraîcheur, pureté, propreté, beauté, vitalité, bien-être (wellness), santé sont d'autres valeurs fortes mises en relation avec l'eau par les participants à l'enquête. Elle mérite respect, mais force est de constater que trop souvent au quotidien elle ne bénéficie pas de ce respect et est gaspillée.

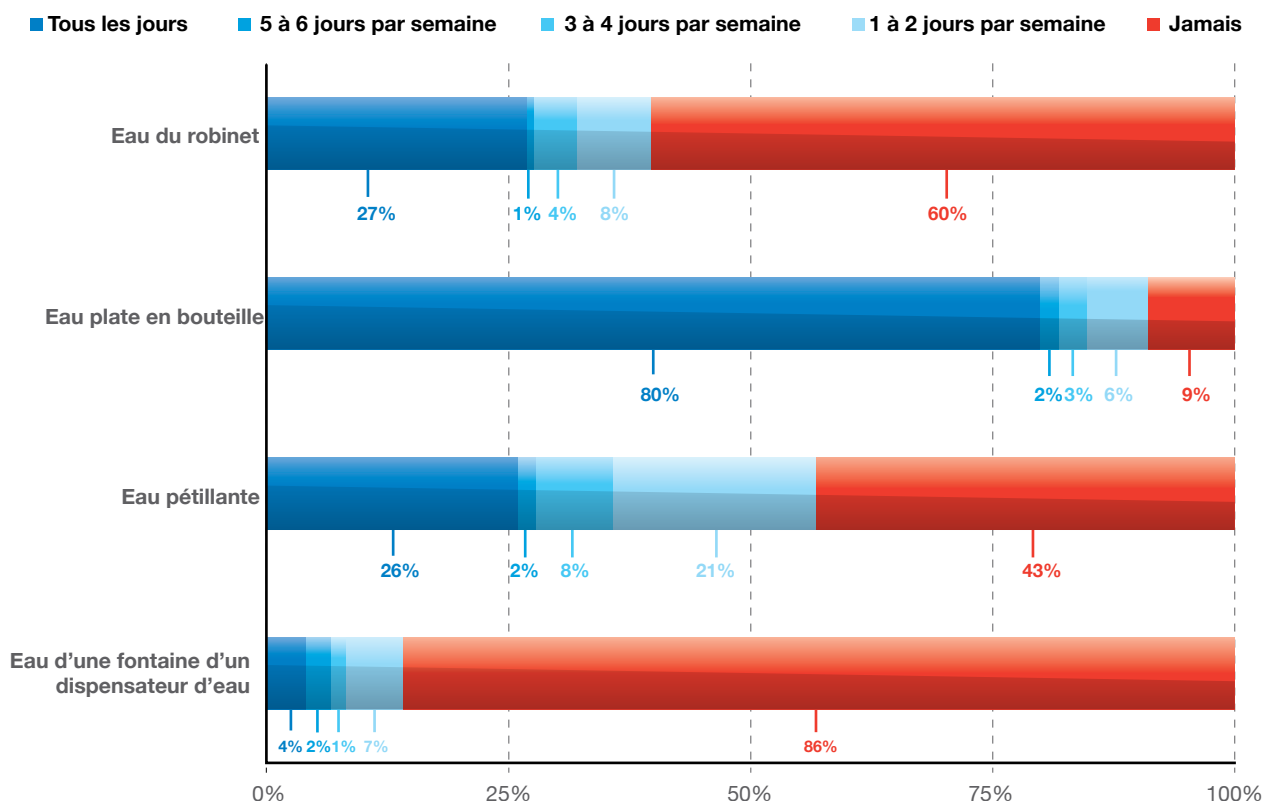
Par rapport à ces résultats généraux, il est intéressant, voire surprenant de voir quelle est la perception que la population a de l'eau de robinet ; si on reconnaît à l'eau une grande valeur, rares sont ceux et celles qui en connaissent le prix. Si quasiment tout le monde

utilise l'eau du robinet pour se laver (y compris les dents - 99%) et pour la préparation des repas (97%), seulement 27% en boivent tous les jours et au total 40% de temps à autre. Cependant 80% des interrogés boivent de l'eau plate en bouteille tous les jours et uniquement 9% indiquent ne jamais boire de l'eau plate en bouteille.

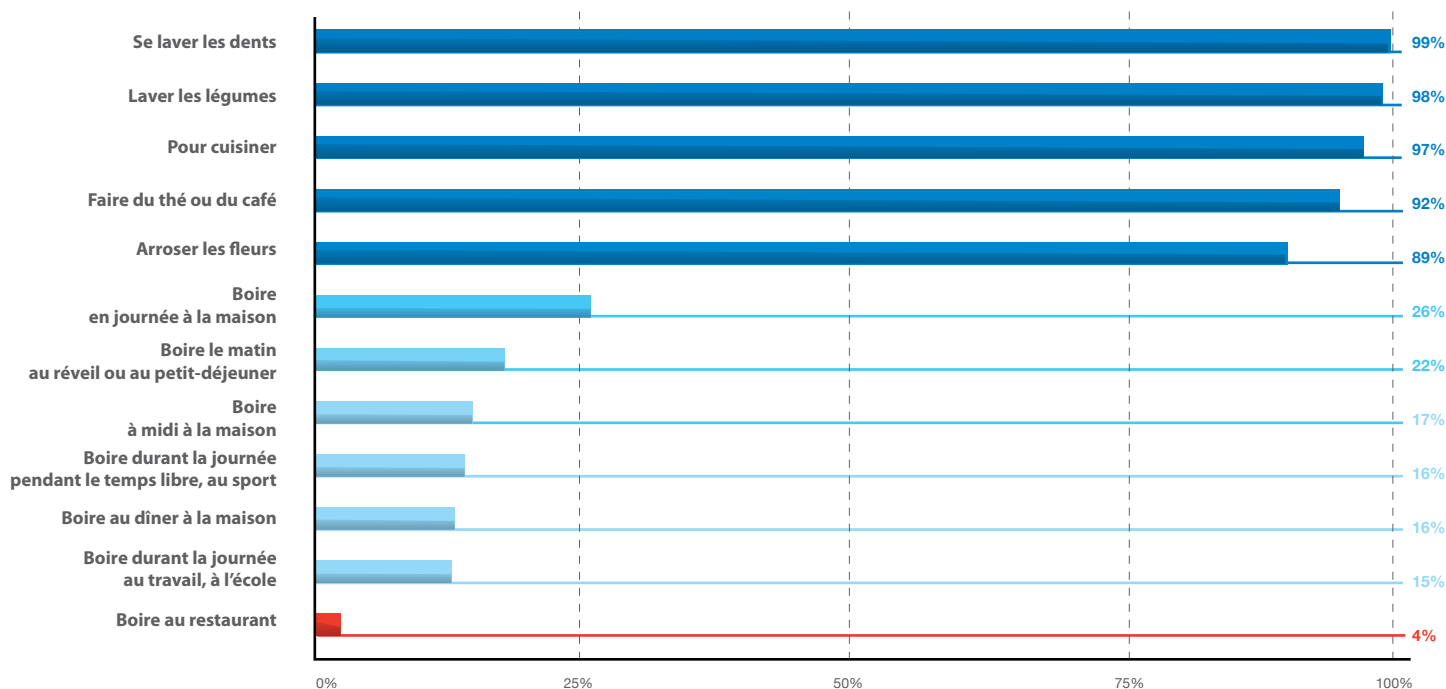
Les tests de goût (aveugles) pratiqués lors de la phase qualitative ont révélé que le goût de l'eau de robinet est en effet bien moins apprécié que celui des eaux en bouteille.

Outre ce jugement différencié du goût de l'eau, on observe une très importante inégalité du taux de confiance : près de 2 personnes sur 3 (64%) ont une grande, voire une confiance absolue dans l'eau plate en bouteille (3% s'en méfient), 29% ont confiance dans l'eau du robinet (30% s'en méfient) ; en d'autres termes, la méfiance est 10 fois supérieure pour l'eau du robinet.

## Consommation personnelle de différentes eaux



## Utilisation de l'eau du robinet



**Quelques détails intéressants :** 44% des luxembourgeois, 18% des portugais et 42% des autres concitoyens étrangers boivent de l'eau de robinet – l'eau de robinet bénéficie d'une image très inégale selon le pays d'origine des habitants au Luxembourg ; entre hommes et femmes nous n'observons pas de différences significatives ; par âge ce sont les classes d'âges de 25 à 50 ans qui consomment le moins fréquemment de l'eau de robinet et on constate que la consommation d'eau de robinet croît avec le niveau d'instruction.

### Comment juge-t-on le goût de l'eau disponible à domicile ?

Pour 17% il est excellent ou très bon, 42% bon, 29% mauvais ou très mauvais. Ce résultat est à mettre en rapport avec l'évolution de la pratique de consommation : si 7% indiquent boire davantage d'eau de robinet actuellement que dans le passé, 44% disent en boire moins et 52% ne pas avoir changé d'habitude.

**Les avis sont résolument partagés quant à l'évolution de la qualité de l'eau de robinet :** 20% estiment qu'elle s'est améliorée, 19% qu'elle s'est détériorée et 48% qu'elle n'a pas changé – 13% n'émettent pas d'avis.

Les questions autour du prix de l'eau du robinet montrent à la fois la complexité du problème et le fait que c'est un sujet très sensible. Les deux tiers des ménages consommant de l'eau en bouteille dépensent mensuellement plus de 20.-€ (la moyenne s'élevant autour de 30.-€). Mais plus de la moitié de la population n'a pas d'idée du prix de l'eau du robinet et seulement 1 personne sur 5 est à même d'indiquer le prix correct ; 24% la jugent trop chère et 10% trop bon marché ; 50% se prononcent clairement en faveur d'un prix unique valable partout dans le pays, une minorité de 17% y est résolument opposé ; 55% sont dis-

posés à payer davantage, 14% s'opposent à toute hausse du prix. En proposant un prix par m<sup>3</sup> de 2,50 à 3.-€ (fourchette dans lequel se situe le coût effectif), 36% jugent ce prix excessif et 39% le trouvent correct (6% bon marché, 19% non-réponse) ; ces avis montrent qu'il sera plutôt difficile de faire accepter par la grande majorité de la population un prix plus élevé à l'avenir.

L'étude montre donc que la tendance évolue nettement en faveur de l'eau en bouteille au détriment de l'eau du robinet si on analyse la situation sous l'angle de la consommation d'eau en tant que boisson et sous le point de vue de la confiance accordée par la population.

**Charles Margue**  
directeur d'études TNS ILRES

*Cette étude a été lancée par Aluseau a.s.b.l. , suite aux résultats de cette étude une campagne de sensibilisation est en préparation. La campagne de sensibilisation sera signée par la marque Drénkwaasser, dont voici le logo développé et présenté à la presse en 2007.*

**Raymond Erpelding**  
Président ALUSEAU A.S.B.L